CONCLUSIONS DE L'AVOCAT GÉNÉRAL
M. DÁMASO RUIZ-JARABO COLOMER
présentées le 15 mai 2008 [1]

I — Introduction

1. La première chambre civile du Bundesgerichtshof (Cour suprême fédérale) (Allemagne) soumet à la Cour ses doutes quant à l'interprétation de l'article 5, paragraphe 1, sous c), de la directive 2000/31/CE [2]. Elle souhaite principalement savoir si cette norme du droit communautaire impose à une compagnie d'assurances qui n'opère qu'au moyen de l'internet d'indiquer un numéro de téléphone sur son site Internet afin que les clients potentiels puissent joindre sans entrave ses employés. À titre subsidiaire, elle demande si l'indication d'une adresse de courrier électronique suffit ou s'il est nécessaire d'offrir un autre moyen de communication et, dans ce cas, si un formulaire de contact en ligne suffit.

2. L'incertitude résulte de ce que la disposition concernée impose au prestataire de services de fournir les coordonnées permettant d'entrer rapidement en contact et d'établir une communication directe et efficace avec lui, mais ne vise spécifiquement que l'adresse de courrier électronique.

II — Le cadre juridique

A — *La réglementation communautaire*

3. Les questions préjudicielles posées à la Cour portent ainsi sur l'interprétation de l'article 5, paragraphe 1, sous c), de la directive sur le commerce électronique.

4. Selon ses troisième à sixième considérants, la directive sur le commerce électronique tend à instaurer un réel espace sans frontières intérieures pour les services de la société de l'information ainsi qu'à éliminer les obstacles juridiques qui gênent sa mise en place et le bon fonctionnement du marché

1 — Langue originale: l'espagnol.

2 — Directive du Parlement européen et du Conseil, du 8 juin 2000, relative à certains aspects juridiques des services de la société de l'information, et notamment du commerce électronique, dans le marché intérieur («directive sur le commerce électronique») (JO L 178, p. 1).

intérieur et qui sont de nature à rendre moins attrayant l'exercice de la liberté d'établissement et de la libre prestation des services.

5. En outre, le neuvième considérant de cette directive ajoute que celle-ci, de concert avec d'autres directives couvrant la fourniture de services de la société de l'information, garantit l'exercice cette dernière activité en vertu de la liberté d'expression, consacrée à l'article 10, paragraphe 1, de la convention de sauvegarde des droits de l'homme et des libertés fondamentales, signée à Rome le 4 novembre 1950. De même, le dixième considérant de ladite directive précise que, conformément au principe de proportionnalité, les mesures prévues par la directive se limitent strictement au minimum requis pour atteindre l'objectif du bon fonctionnement du marché intérieur. Le onzième considérant de la directive sur le commerce électronique s'engage à ne pas mettre en cause le niveau de protection existant en vertu de la directive 97/7/CE [3].

6. L'article 5, paragraphe 1, de la directive énumère les informations que le prestataire d'un service de la société de l'information doit fournir aux destinataires de ce service et aux autorités compétentes. Au nombre de ces informations figurent les coordonnées permettant d'entrer rapidement en contact avec ledit prestataire, «y compris son adresse de courrier électronique» [point c) de cette disposition].

3 — Directive du Parlement européen et du Conseil, du 20 mai 1997, concernant la protection des consommateurs en matière de contrats à distance (JO L 144, p. 19).

B — *La réglementation allemande*

7. L'article 5, paragraphe 1, points 1 et 2, de la loi sur les médias électroniques (Telemediengesetz, ci-après le «TMG») reproduit presque littéralement la disposition concernée de la directive sur le commerce électronique, en imposant aux prestataires des services en question qu'ils permettent un accès facile, direct et permanent, en fournissant leurs coordonnées, y compris leur adresse de courrier électronique.

III — Le litige au principal et les questions préjudicielles

8. deutsche internet versicherung AG (ci-après «DIV») est une compagnie d'assurances qui commercialise des assurances automobiles exclusivement par l'internet. Sur les pages de son site internet, cette société indique ses adresses postale et de courrier électronique, mais non son numéro de téléphone, qu'elle ne communique qu'aux seuls clients avec lesquels elle conclut un contrat. Les clients potentiels peuvent néanmoins lui adresser des questions au moyen d'un formulaire de contact par l'internet; les réponses sont envoyées par courrier électronique.

9. Le Bundesverband der Verbraucherzentralen und Verbraucherverbände (Fédération allemande des associations de consommateurs, ci-après le «Bundesverband») a introduit auprès du Landgericht Dortmund (tribunal régional de Dortmund) un recours à l'encontre de DIV tendant à ce qu'il lui soit ordonné d'indiquer un numéro de téléphone sur son site internet permettant une communication directe avec les clients potentiels. Le recours tendait plus précisément à ce qu'il lui soit ordonné de cesser son activité principale. Le Landgericht Dortmund a accueilli cette demande.

10. Ce jugement a fait l'objet d'un appel devant l'Oberlandesgericht Hamm (Cour régionale supérieure de Hamm), qui a infirmé le premier jugement au motif qu'il était également possible d'établir la communication directe avec le prestataire de services qu'exige la loi par la voie électronique utilisée par DIV, sans passer par un contact téléphonique. Cette juridiction a rappelé, à cet égard, que DIV répondait aux questions sans intervention d'aucun tiers et que la réponse parvenait rapidement à l'adresse de courrier électronique du client potentiel (dans un délai de 30 à 60 minutes, d'après les constatations d'un expert judiciaire).

11. Le Bundesverband a formé un recours en «Revision» devant le Bundesgerichtshof, qui, conformément à l'article 234 CE, dès lors que l'issue du recours dépend, selon lui, de l'interprétation de la directive sur le commerce électronique, a décidé de surseoir à statuer et de poser à la Cour les questions préjudicielles suivantes:

«1) Un prestataire de services est-il obligé, en vertu de l'article 5, paragraphe 1, sous c), de la directive sur le commerce électronique, d'indiquer, dès avant toute conclusion de contrat avec un destinataire du service, un numéro de téléphone afin de permettre une prise de contact rapide et une communication directe et efficace?

2) En cas de réponse négative à la première question:

a) Un prestataire de services doit-il, dès avant toute conclusion de contrat avec un destinataire du service, outre d'indiquer son adresse de courrier électronique, offrir un second moyen de communication en application de l'article 5, paragraphe 1, sous c), de ladite directive?

b) En cas de réponse affirmative, cela suffit-il à constituer un second moyen de communication lorsque le prestataire de services met en place un formulaire de contact au moyen duquel le destinataire peut s'adresser par l'internet au prestataire et que le prestataire répond à la question du destinataire par courrier électronique?»

IV — La procédure devant la Cour

12. La demande préjudicielle a été inscrite au greffe de la Cour le 22 juin 2007.

13. Des observations écrites ont été déposées par les parties au principal, les gouvernements italien, polonais et suédois, ainsi que la Commission des Communautés européennes.

14. Personne n'a demandé la tenue d'une audience, de sorte que, après la réunion générale du 1er avril 2008, l'affaire était en état pour l'élaboration des présentes conclusions.

V — L'analyse des questions préjudicielles

15. Le Bundesgerichtshof demande à la Cour de préciser la portée de l'article 5, paragraphe 1, sous c), de la directive sur le commerce électronique.

16. Il s'agit en substance de déterminer si le site internet d'une société allemande qui ne comprend qu'une adresse de courrier électronique et un formulaire de contact auquel il est répondu par courrier électronique, mais aucun numéro de téléphone, satisfait aux exigences de cette disposition et de la législation nationale pertinente.

17. Selon ladite disposition, le prestataire doit permettre aux destinataires du service d'accéder directement et en permanence à ses coordonnées, y compris son adresse de courrier électronique, afin qu'ils puissent entrer rapidement en contact avec lui et communiquer directement et efficacement.

18. Une interprétation simplement littérale de la même disposition ne permet pas d'apporter une réponse satisfaisante et univoque aux questions posées, en particulier si l'on compare les différentes versions linguistiques de la disposition concernée. Il s'ensuit qu'il est indispensable d'examiner la finalité et l'économie de la directive sur le commerce électronique, dès lors que seule une appréciation d'ensemble de ces règles herméneutiques (le libellé et les objectifs de la directive et le contexte dans lequel elle s'inscrit) peut contribuer à lever les incertitudes pesant sur la présente affaire.

A — *Le sens littéral de l'article 5, paragraphe 1, sous c), de la directive sur le commerce électronique*

19. Une première approche de la syntaxe de la disposition concernée, dans sa version en langue espagnole, fait naître des hésitations tenant à l'utilisation des termes «incluyendo» et «señas».

20. L'emploi du gérondif «incluyendo» avant la référence particulière au courrier électronique («y compris» dans la version française; «including» dans la version anglaise; «einschließlich» dans la version allemande) semble suggérer que le prestataire est tenu de proposer une possibilité d'entrer en contact avec lui distincte du courrier électronique qui, à lui seul, ne suffirait pas à satisfaire aux exigences de la directive. Conformément à cette analyse, le prestataire devrait tenir à la disposition des destinataires du service à tout le moins deux moyens de communication, au nombre desquels devrait figurer le courrier électronique. Selon la décision de renvoi, c'est cette interprétation qui a été retenue par l'Oberster Gerichtshof (Cour suprême) (Autriche) à l'égard de la norme nationale transposant la disposition concernée, à savoir l'article 5, paragraphe 1, point 3, de la loi autrichienne sur le commerce électronique (E-Commerce-Gesetz).

21. Le texte de la directive ne précise cependant pas quelles sont les indications complémentaires qu'il convient de fournir aux clients potentiels. De fait, un examen de différentes versions linguistiques de la disposition concernée suggère des conclusions divergentes. Ainsi, le terme «señas» de la version espagnole fait habituellement référence, dans le langage courant, à l'adresse d'une personne [4], tandis que les «coordonnées» visées par la version française incluent également le numéro de téléphone [5]. Les expressions utilisées dans les versions anglaise ou allemande sont, au contraire, beaucoup plus neutres et génériques (les termes respectivement utilisés, «details» et «Angaben», désignent tout type d'informations).

22. Il convient de rappeler que, selon une jurisprudence constante, toutes les versions linguistiques ont la même valeur et la nécessité d'une interprétation uniforme des dispositions du droit communautaire «exclut que, en cas de doute, le texte d'une disposition soit considéré isolément dans une de ses versions, mais exige au contraire qu'il soit interprété et appliqué à la lumière des versions établies dans les autres langues officielles». En cas de disparité, il convient de se

4 — Le dictionnaire de la Real Academia de la Lengua Española ne reprend pas cette acception (il fait uniquement référence aux «señas personales», définies comme les «traits caractéristiques d'une personne» qui la distinguent d'une autre, ainsi qu'à l'expression «dar señas de algo», signifiant «mettre en évidence ses éléments distinctifs»; décrire une chose de manière à la distinguer d'une autre). En revanche, le Diccionario de uso del español, de María Moliner, la reprend effectivement en signalant, en tant que troisième acception du terme (au pluriel), «l'indication précise de l'endroit où vit une personne».

5 — Curieusement, le dictionnaire de l'Académie française se réfère à l'emploi du terme «coordonnées», au sens familier et figuré, dans l'expression «Donnez-moi vos coordonnées» comme synonyme de l'adresse et du numéro de téléphone, mais déconseille son utilisation.

référer à l'économie générale et à la finalité de l'acte concerné [6].

23. Ainsi, la conclusion à tirer de cette brève analyse comparative est que le législateur communautaire a cherché à donner à la disposition concernée une rédaction générique qui couvre toute information susceptible de permettre d'entrer rapidement et efficacement en contact avec le prestataire du service et qui se borne à exiger uniquement la communication d'une adresse de courrier électronique.

B — *La signification de l'expression «communiquer directement et efficacement» au vu de l'économie et des objectifs de la directive*

24. Le problème réside donc dans la détermination des exigences tenant à une communication directe et efficace requise par l'article 5 de la directive sur le commerce électronique.

25. La requérante au principal et le gouvernement italien soutiennent qu'un contact présentant de telles caractéristiques n'est possible que par téléphone, dès lors qu'une communication directe impliquerait une communication «de personne à personne» et qu'une communication efficace imposerait de garantir une réponse quasi instantanée, sans se contenter d'un traitement en différé des informations transmises. Ils sont également d'avis que le libellé de la disposition concernée imposerait de fournir, en sus du courrier électronique, un moyen de communication supplémentaire.

26. Cette approche apparaît cependant excessivement restrictive et, plus important encore, ne tient compte ni du contexte particulier dans lequel la directive est appelée à s'appliquer ni des objectifs que cette dernière poursuit.

27. Je considère en conséquence qu'une analyse complète et générale de la disposition concernée doit comprendre les aspects suivants: premièrement, déterminer si le téléphone constitue le seul moyen permettant de «communiquer directement et efficacement»; deuxièmement, rechercher si le courrier électronique constitue un instrument efficace dans le contexte de la directive; troisièmement, savoir si le fait de n'exiger que l'indication d'une adresse de courrier électronique apparaît conforme aux objectifs poursuivis par ladite directive et, quatrièmement, examiner s'il en résulte une quelconque atteinte aux droits des consommateurs.

6 — Arrêts du 12 novembre 1969, Stauder (29/69, Rec. p. 419); du 27 octobre 1977, Bouchereau (30/77, Rec. p. 1999); du 12 juillet 1979, Koschniske (9/79, Rec. p. 2717); du 7 juillet 1988, Moksel Import und Export (55/87, Rec. p. 3845); du 2 avril 1998, EMU Tabac e.a. (C-296/95, Rec. p. I-1605); du 7 décembre 2000, Italie/Commission (C-482/98, Rec. p. I-10861); du 1er avril 2004, Borgmann (C-1/02, Rec. p. I-3219); du 19 avril 2007, Profisa (C-63/06, Rec. p. I-3239), et du 4 octobre 2007, Schutzverband der Spirituosen (C-457/05, Rec. p. I-8075).

1. Le téléphone ne constitue pas le seul moyen permettant de «communiquer directement et efficacement»

28. Je ne partage pas l'idée selon laquelle il ne serait possible de communiquer directement et efficacement qu'en cas d'échange d'informations «de personne à personne», dès lors que l'adverbe «directement» ne comporte aucune indication relative au caractère verbal ou écrit du contact, mais implique uniquement une absence d'intermédiaires (en l'espèce, entre le client et un représentant du prestataire). Or, aussi bien le téléphone que le courrier électronique sont susceptibles de satisfaire à cette exigence.

29. Je conteste également le refus de qualifier d'efficace un moyen de communication qui traite «en différé» (selon l'expression de la requérante au principal) les informations transmises, car cela reviendrait à affirmer qu'une réponse par écrit manquerait d'efficacité.

30. Sous réserve d'un délai de réponse raisonnable, la forme écrite comporte de meilleures garanties dans la mesure où elle peut en général être considérée comme une expression plus posée et réfléchie et qu'elle laisse une trace d'une valeur probatoire indéniable. L'efficacité n'est atteinte que lorsque le client reçoit une réponse rapide qui, à défaut d'être immédiate, doit effectivement être prompte. La disposition concernée évoque non seulement la possibilité de «communiquer directement et efficacement» avec le prestataire, mais également d'entrer en contact «rapidement» avec lui.

31. Enfin, il me semble important de nuancer cette analyse en soulignant que communiquer «efficacement» implique un véritable dialogue entre les parties impliquées, de façon à ce que chaque question soit promptement suivie d'une réponse et, le cas échéant, de nouvelles questions suscitées par cette réponse, ce que ne permettent pas toujours les centres d'appel téléphonique, car il n'est pas rare que les appels ne soient pas pris en charge par une personne, mais que le client potentiel se trouve confronté à un serveur vocal auquel il doit indiquer les choix correspondant le mieux à ce qu'il souhaite savoir.

32. Il ressort de ce qui précède que le téléphone ne constitue pas le seul moyen d'initier une communication directe et efficace entre le prestataire de services et le client potentiel. Un contact écrit par l'internet [7] répondrait à ces exigences à condition d'avoir lieu sans intermédiaires et de présenter une certaine fluidité. Tel est le cas pour la défenderesse au principal: selon l'expertise judiciaire réalisée au cours de l'instance, les réponses aux demandes de renseignements des clients potentiels parvenaient dans leur boîte de courrier électronique dans un délai de 30 à 60 minutes.

7 — Qu'il s'agisse d'un contact de type synchrone (comme dans ce qu'il est convenu d'appeler les «chats») ou asynchrone (comme dans le cas du courrier électronique), pour utiliser une terminologie usuelle dans le monde de l'informatique.

33. Cette solution, qui autorise d'autres instruments en sus du téléphone en vue de communiquer directement et efficacement, paraît plus conforme aux objectifs et à l'économie de la directive et également plus respectueux de ceux-ci. Or, selon une jurisprudence constante, il s'agit de méthodes d'interprétation dont il convient de tenir compte en plus de l'interprétation strictement littérale d'une disposition du droit communautaire [8].

2. Le courrier électronique en tant que moyen de communication efficace dans le contexte de la directive

34. Avant tout, la directive s'applique à un domaine très concret, celui des relations commerciales nouées par l'internet, dans lequel l'information relative aux services proposés, les contacts préliminaires et la conclusion du contrat proprement dit sont réalisés sur l'internet. L'article 5, paragraphe 1, sous c), de la directive ne se réfère explicitement qu'au courrier électronique en tant qu'outil de communication le mieux adapté à ce média.

35. Lorsqu'un client potentiel décide de s'adresser à un commerçant qui n'opère que par voie télématique, il accepte tacitement que la correspondance avec celui-ci ne soit réalisée que par voie électronique, à l'exclusion (à tout le moins dans un premier temps, antérieurement à la signature du contrat) de toute relation personnelle ou téléphonique. En outre, une personne qui s'adresse à une société qui propose ses services uniquement sur l'internet dispose généralement d'une adresse de courrier électronique (ou est en mesure d'en créer une assez facilement).

36. Les transactions sur l'internet suscitent une certaine méfiance, car elles exigent des garanties particulières quant à l'identité et à la fiabilité du prestataire de services. Cependant, il n'apparaît pas faisable d'ajouter aujourd'hui à ces garanties celle résultant de la reconnaissance d'un moyen de communication étranger au domaine dans lequel est réalisée l'activité commerciale concernée, au motif qu'il apparaît plus traditionnel et connu, en somme plus sûr. Au cours de l'histoire de l'humanité, les techniques nouvelles se sont toujours heurtées à des réticences et au scepticisme; le téléphone lui-même, désormais considéré comme tellement indispensable et fiable, a éveillé une grande méfiance lorsqu'il a commencé à se répandre dans les relations humaines [9].

8 — Arrêts du 17 novembre 1983, Merck (292/82, Rec. p. 3781); du 18 mai 2000, KVS International (C-301/98, Rec. p. I-3583); du 19 septembre 2000, Allemagne/Commission (C-156/98, Rec. p. I-6857); du 6 juillet 2006, Commission/Portugal (C-53/05, Rec. p. I-6215), et du 23 novembre 2006, ZVK (C-300/05, Rec. p. I-11169).

9 — Marcel Proust relate dans *À la recherche du temps perdu I, À l'ombre des jeunes filles en fleur* (Éd. Gallimard, Bibliothèque de La Pléiade, 1954, p. 606), que M^me^ Bontemps raconta à M^me^ Swann, à propos du fait que M^me^ Verdurin faisait installer l'électricité dans sa nouvelle demeure, l'histoire de la belle-sœur d'une de ses amies qui avait le téléphone posé chez elle. Elle pouvait ainsi faire une commande à un fournisseur sans sortir de son appartement. M^me^ Bontemps avoua avoir intrigué pour avoir la permission de venir parler devant l'appareil et être très tentée de le faire. Elle préférait cependant s'y essayer plutôt chez une autre personne que chez elle, car, le premier amusement passé, le téléphone devait être un vrai casse-tête.

37. L'internet a connu une évolution semblable: les réserves initiales (qui n'ont pas été étrangères, ne fût-ce qu'à la marge, à l'«éclatement de la bulle» des entreprises «point com» au début de ce siècle [10]) ont fait place à une perspective plus dégagée, caractérisée par une extraordinaire généralisation de l'accès à l'internet et par une plus grande confiance des consommateurs en ce média [11], grâce à l'amélioration des techniques de cryptage assurant la sécurité des transactions et au développement des instruments de protection des données personnelles [12].

38. En résumé, la communication télématique apparaît consubstantielle au commerce électronique auquel elle est indissociablement liée. On comprend dès lors aisément que les contrats entre la société opérant sur l'internet et un client potentiel se nouent par cette voie, à l'exclusion de toute autre.

10 — Castells, M., *La Galaxia Internet*, Éd. Plaza y Janès, 2001.

11 — Selon Eurostat, le pourcentage des familles disposant d'un accès haut débit à leur domicile est passé, au sein de l'Union européenne, de 14 % en 2004 à 42 % en 2007. En Allemagne, ce pourcentage est passé de 9 % en 2003 à 50 % en 2007. La part du chiffre d'affaires des entreprises européennes issu du commerce électronique est également révélatrice, passant, toujours selon Eurostat, de 2,1 % en 2004 à 4,2 % en 2007 (données globales pour l'Union).

12 — L'étude *Realities of the European on line marketplace* réalisée par le European Consumer Centre's Network évoque une seconde vague de commerce électronique qui serait tributaire de la confiance des consommateurs dans l'environnement numérique. Toutefois, cette étude admet qu'il reste à parcourir un long chemin avant que les prévisions de développement du marché ne se vérifient (http://ec.europa.eu/consumers/redress/ecc_network/european_online_marketplace2003.pdf). Selon Luc Grynbaum, «[o]n peut imaginer que demain la main invisible du marché, chère à certains économistes, ne sera plus seulement une réalité financière mais encore une réalité commerciale en la forme du grand marché immatériel et permanent créé par le web» (Grynbaum, L., «*La Directive 'commerce électronique' ou l'inquiétant retour de l'individualisme juridique*», La Semaine Juridique, Édition Générale, 2001, n° I 307).

3. Exiger uniquement la fourniture d'une adresse de courrier électronique apparaît plus en phase avec les objectifs de la directive sur le commerce électronique

39. Ainsi, exiger uniquement la fourniture d'une adresse de courrier électronique apparaît plus en phase tant avec les objectifs généraux poursuivis par la directive qu'avec la finalité de son article 5.

40. Conformément à ses troisième à sixième et huitième considérants, la directive sur le commerce électronique tend au développement des services de la société de l'information et à la mise en valeur des possibilités offertes au commerce électronique par le marché intérieur.

41. Je partage en conséquence l'analyse des gouvernements polonais et suédois selon laquelle la nécessité d'une ligne téléphonique est susceptible de constituer un obstacle important à ce type de transactions ainsi que, en tout état de cause, au bon fonctionnement du marché intérieur dans ce domaine.

42. De surcroît, la simple indication d'un numéro de téléphone sur le site internet ne garantirait pas la communication directe

et efficace visée par la directive, celle-ci ne pouvant être atteinte qu'au moyen d'un «centre d'appel» («*call center*» en jargon des entreprises). Or, de tels systèmes d'accueil téléphonique du client font peser sur l'entreprise une lourde charge économique [13], ce qui aurait des répercussions négatives sur les tarifs et compromettrait la viabilité du commerce par l'internet pour les sociétés de taille réduite, celles-ci même qui sont les plus innovantes et à l'origine du dynamisme économique.

43. Il apparaît donc inconcevable que la directive impose aux entités qui opèrent sur l'internet d'offrir en tout état de cause à leurs clients potentiels la possibilité d'un accueil téléphonique, ce que n'exige du reste ni la directive 97/7 ni la directive 2002/65/CE [14]. Qui plus est, ces deux dernières directives, dans leurs dispositions relatives aux informations dont doit bénéficier tout consommateur préalablement à la conclusion d'un contrat, permettent de fournir les informations requises par tout moyen adapté à la technique de communication à distance utilisée (articles 4, paragraphe 2, de la directive 97/7 et 3, paragraphe 2, de la directive 2002/65).

44. Dans le même sens, le principe de proportionnalité entre en jeu à ce stade, puisque le dixième considérant de la directive sur le commerce électronique limite les mesures prévues au minimum requis pour atteindre l'objectif du bon fonctionnement du marché intérieur. Une interprétation littérale de la disposition concernée ferait non seulement obstacle au développement du commerce électronique, mais excèderait également ce qui est strictement nécessaire tant pour permettre un marché intérieur adéquat qu'une communication directe et efficace avec le prestataire.

4. Il n'est pas, en l'espèce, porté atteinte aux droits des consommateurs

45. On ne saurait tirer argument d'une idée générale de protection des consommateurs, puisque, dans l'hypothèse du cas d'espèce, il s'agit de s'adresser à une société en vue de recevoir des précisions sur les services qu'elle vend par l'internet. Il n'existe à ce stade aucun lien contractuel entre les parties et donc, de ce fait, aucun risque d'atteinte sérieuse aux intérêts des consommateurs. La société concernée choisit d'opérer exclusivement sur l'internet et le client potentiel sélectionne un prestataire présentant de telles caractéristiques.

13 — La cherté de ce service apparaît lorsqu'on le compare à d'autres méthodes de réponse par écrit, dès lors qu'il a été établi que les appels téléphoniques se concentrent habituellement dans certaines plages horaires (Mandelbaum, A., Sakov, A., et Zeltyn, S., *Empirical Analysis of a Call Center*, Israel Institute of Technology, 2001).

14 — Directive 2002/65/CE du Parlement européen et du Conseil, du 23 septembre 2002, concernant la commercialisation à distance de services financiers auprès des consommateurs, et modifiant les directives 90/619/CEE du Conseil, 97/7 et 98/27/CE (JO L 271, p. 16).

46. Le moyen de communication utilisé par le prestataire constitue un élément supplémentaire de son offre; si le client ne souhaite pas rédiger par écrit ses questions ou s'il privilégie une relation plus personnelle, il lui sera toujours loisible de s'adresser à une autre société qui lui répondra par téléphone (ou même à un guichet). Il renoncera de la sorte à une proposition en faveur d'une autre, plus adaptée à ses besoins, comme lorsqu'il compare les prix ou les conditions d'assurance, de même qu'il existe des personnes qui apprécient de se rendre personnellement à leur banque et ne confient pas leurs économies à un établissement financier sans succursale.

C — *Récapitulatif*

47. Au regard des éléments qui précèdent, il apparaît inévitable de nuancer l'interprétation littérale de l'article 5, paragraphe 1, sous c), de la directive sur le commerce électronique pour parvenir à mieux atteindre les objectifs qu'elle poursuit, en tenant compte du contexte dans lequel elle s'applique et en faisant prévaloir sur toute autre considération la finalité d'assurer aux consommateurs une première communication rapide, directe et efficace avec le prestataire de services.

48. Il conviendrait de répondre à la première question du Bundesgerichtshof que l'article 5, paragraphe 1, sous c), de la directive n'impose ni explicitement ni implicitement d'indiquer un numéro de téléphone sur le site internet du prestataire de services, quoiqu'il fasse explicitement référence à la possibilité d'un contact par courrier électronique.

49. La seconde question, sous a), me conduit à m'aligner sur la position de la Commission, car une communication électronique rapide, efficace et directe suffit à fournir l'accès au prestataire tel qu'exigé par la directive sur le commerce électronique, sans qu'il soit nécessaire d'offrir un autre moyen de communication avec ce prestataire. C'est pourquoi il conviendrait d'interpréter la disposition concernée en ce sens qu'elle exige que le site internet comprenne *au minimum* l'indication de l'adresse de courrier électronique. Conformément à cette interprétation, ce n'est que dans l'hypothèse où le courrier électronique ne permettrait pas une telle communication qu'il faudrait ajouter un moyen additionnel, en recherchant si le téléphone est susceptible de satisfaire à l'objectif visé à l'article 5, paragraphe 1, sous c), de ladite directive.

50. Cette interprétation de la directive permet d'omettre de répondre à la deuxième question, sous b), de la juridiction de renvoi. Cependant, si la Cour penchait pour une interprétation littérale de la directive sur le commerce électronique, en imposant d'offrir un second moyen de communication, un formulaire de contact serait pertinent, en dépit de la similitude entre cet instrument et la simple indication de l'adresse de courrier électronique.

VI — Conclusion

51. Eu égard aux considérations qui précèdent, je suggère à la Cour de répondre comme suit aux questions préjudicielles posées par le Bundesgerichtshof:

«1) Un prestataire de services n'est pas obligé, en vertu de l'article 5, paragraphe 1, sous c), de la directive 2000/31/CE du Parlement européen et du Conseil, du 8 juin 2000, relative à certains aspects juridiques des services de la société de l'information, et notamment du commerce électronique, dans le marché intérieur, d'indiquer, dès avant toute conclusion de contrat, un numéro de téléphone aux fins d'informer les consommateurs.

2) Le prestataire de services n'est pas non plus obligé, en vertu de cette même disposition, d'offrir un second moyen de communication, distinct de l'adresse de courrier électronique, aux fins de l'accueil des clients potentiels, sous réserve que cette dernière soit appropriée et suffisante pour entrer rapidement en contact et établir une communication directe et efficace avec lui.»